COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 08 juin 2018

Mediametrie

Audience Internet Global en France en avril 2018

Plus de la moitié de la population française surfe sur les sites de sport

En cette année de Coupe du monde de football, le sport fédère sur Internet.
En avril 2018, 32,8 millions d'individus ont visité un site ou une application lié au monde du sport, soit 52,4 % de la population française de 2 ans et plus.

Cette catégorie rassemble en moyenne chaque jour 4,6 millions d'internautes sur mobile, 2,6 millions sur ordinateur et 1,1 million sur tablette, soit un total de 7,7 millions d'internautes quotidiens au global quel que soit l'écran.

Sur ordinateur, les internautes intéressés par le sport consacrent en moyenne 9 minutes par jour à ces sites ; ils y passent 6 minutes en moyenne sur mobile.



Top 10 de la sous-catégorie Sport en avril 2018

Rang	Brands/*Channels*	Visiteurs uniques en avril 2018	Couverture France Entière mensuelle (%)
1	L Equipe	17 402 000	27,8
2	Eurosport	6 354 000	10,1
3	*Leboncoin.fr Sports*	3 376 000	5,4
4	Runtastic	3 101 000	5,0
5	*Orange Sports*	2 894 000	4,6
6	*BFM TV Sport*	2 723 000	4,3
7	Foot01.com	2 028 000	3,2
8	Foot Mercato	1 985 000	3,2
9	fff.fr	1 859 000	3,0
10	Privatesportshop	1 750 000	2,8

Les résultats du mois



52,6 millions d'individus se sont connectés au moins une fois à Internet en avril 2018, soit **84,0 %** de la population française de 2 ans et plus.



En moyenne, **42,9 millions** d'internautes se sont connectés à Internet chaque jour, soit **68,4 %** de la population française. Parmi les internautes quotidiens, plus d'1 sur 10 (10,5%) utilise les trois écrans (ordinateur, mobile, tablette).



Rapporté à l'ensemble de la population française de 2 ans et plus, le temps passé par jour et par personne est en moyenne de **33 minutes sur ordinateur** et de **41 minutes sur mobile**.

Source : Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings – Audience Internet Global - Tous lieux de connexion – France – avril 2018 – Base : 2 ans et plus –
Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	Groupes	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Google	51 234 000	36 255 000
2	Facebook	46 786 000	29 304 000
3	Microsoft	37 580 000	11 935 000
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	33 612 000	5 687 000
5	Wikimedia Foundation	29 936 000	3 773 000
6	Prisma Media	29 850 000	5 635 000
7	Webedia	29 161 000	3 711 000
8	WEB66	28 516 000	5 613 000
9	Schibsted	28 450 000	6 615 000
10	Amazon	28 086 000	4 329 000
11	Vivendi	27 798 000	3 574 000
12	Orange	27 797 000	8 505 000
13	Solocal Group	26 891 000	2 955 000
14	Groupe Lagardere	25 865 000	3 360 000
15	Groupe Le Monde	23 984 000	3 465 000
16	Yahoo	22 182 000	6 762 000
17	francetélévisions	21 981 000	2 701 000
18	Apple Computer	21 655 000	9 943 000
19	Groupe Auchan	21 499 000	2 145 000
20	La Poste	21 401 000	3 525 000
21	Groupe Casino	21 091 000	2 251 000
22	M6	21 025 000	1 922 000
23	Groupe Credit Agricole	20 428 000	3 843 000
24	Next Radio TV	18 481 000	2 339 000
25	Groupe TF1	18 070 000	1 631 000
26	Twitter	17 802 000	3 439 000
27	Groupe Amaury	17 651 000	3 185 000
28	Groupe Fnac Darty	17 432 000	1 293 000
29	auFeminin	17 228 000	1 356 000
30	Groupe Numericable - SFR	16 986 000	3 803 000
31	Groupe Le Parisien	16 322 000	1 911 000
32	20 Minutes France	15 945 000	2 020 000
33	LinkedIn	15 894 000	2 216 000
34	SNCF France	15 697 000	1 830 000
35	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	15 674 000	1 186 000
36	Samsung Group	15 654 000	3 832 000
37	Carrefour	15 337 000	1 348 000
38	Snapchat	15 213 000	7 832 000
39	Pinterest.com	15 169 000	2 219 000
40	Gouvernement Francais	15 159 000	968 000
41	Iliad	14 820 000	2 098 000
42	Oredis	13 842 000	3 065 000
43	Altice Media Group	13 731 000	1 234 000
44	Meteo France	12 809 000	1 996 000
45	eBay	12 154 000	1 401 000
46	Hutchison-Priceline	12 037 000	1 070 000
47	Assurance Maladie	12 017 000	1 067 000
48	Ministere de l Education Nationale	11 715 000	1 460 000
49	Societe Generale	11 692 000	1 799 000
50	Mondadori	11 608 000	910 000

Source : Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings – Audience Internet Global - Tous lieux de connexion – France – avril 2018 – Base : 2 ans et plus –
Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Répartition écrans du Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	Groupes	Visiteurs uniques par mois	% des VU ayant utilisé l'Ordinateur	% des VU ayant utilisé le Mobile	% des VU ayant utilisé la Tablette
1	Google	51 234 000	76,4	77,5	44,0
2	Facebook	46 786 000	54,6	81,1	40,1
3	Microsoft	37 580 000	84,1	39,1	15,5
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	33 612 000	58,2	62,4	21,6
5	Wikimedia Foundation	29 936 000	46,4	65,5	19,3
6	Prisma Media	29 850 000	42,0	67,3	22,4
7	Webedia	29 161 000	52,3	58,0	20,9
8	WEB66	28 516 000	45,1	64,9	21,3
9	Schibsted	28 450 000	49,9	58,3	25,5
10	Amazon	28 086 000	58,0	54,2	20,6
11	Vivendi	27 798 000	41,9	62,9	28,8
12	Orange	27 797 000	55,1	61,5	12,7
13	Solocal Group	26 891 000	55,2	55,4	17,0
14	Groupe Lagardere	25 865 000	51,9	56,3	18,8
15	Groupe Le Monde	23 984 000	37,7	67,9	18,4
16	Yahoo	22 182 000	45,0	59,7	16,8
17	francetélévisions	21 981 000	35,2	64,5	23,9
18	Apple Computer	21 655 000	30,1	57,8	47,7
19	Groupe Auchan	21 499 000	54,0	50,4	20,2
20	La Poste	21 401 000	58,7	46,2	15,3
21	Groupe Casino	21 091 000	50,7	53,3	19,4
22	M6	21 025 000	45,7	53,0	23,2
23	Groupe Credit Agricole	20 428 000	59,1	46,4	16,1
24	Next Radio TV	18 481 000	41,1	61,8	16,3
25	Groupe TF1	18 070 000	37,2	60,6	21,3
26	Twitter	17 802 000	32,5	62,0	24,1
27	Groupe Amaury	17 651 000	25,8	65,2	27,7
28	Groupe Fnac Darty	17 432 000	49,6	51,7	17,3
29	auFeminin	17 228 000	41,5	52,8	23,8
30	Groupe Numericable - SFR	16 986 000	44,8	54,2	19,3
31	Groupe Le Parisien	16 322 000	37,5	62,8	15,3
32	20 Minutes France	15 945 000	30,9	67,6	16,0
33	LinkedIn	15 894 000	37,9	60,3	19,6
34	SNCF France	15 697 000	40,2	61,6	17,1
35	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	15 674 000	80,1	20,4	9,3
36	Samsung Group	15 654 000	9,3	63,0	43,6
37	Carrefour	15 337 000	50,2	47,9	18,3
38	Snapchat	15 213 000	0,9	99,0	0,9
39	Pinterest.com	15 169 000	38,8	53,4	20,7
40	Gouvernement Francais	15 159 000	63,0	38,7	12,0
41	Iliad	14 820 000	70,7	32,2	9,7
42	Oredis	13 842 000	35,2	58,8	24,0
43	Altice Media Group	13 731 000	36,8	61,1	16,4
44	Meteo France	12 809 000	48,0	50,4	13,6
45	eBay	12 154 000	51,4	45,7	16,3
46	Hutchison-Priceline	12 037 000	38,8	52,9	25,9
47	Assurance Maladie	12 017 000	62,0	39,3	12,0
48	Ministere de l Education Nationale	11 715 000	63,8	35,3	12,3
49	Societe Generale	11 692 000	58,7	40,6	12,3
50	Mondadori	11 608 000	35,6	57,4	17,7

Source : Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings – Audience Internet Global - Tous lieux de connexion – France – avril 2018 – Base : 2 ans et plus –
Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Top 50 des Marques les plus visitées en France

Rang	Marques	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Google	50 628 000	34 068 000
2	Facebook	45 922 000	27 046 000
3	YouTube	44 883 000	15 068 000
4	Wikipedia	29 541 000	3 665 000
5	Leboncoin.fr - T	28 056 000	6 515 000
6	Amazon	27 736 000	4 236 000
7	Orange - T ACPM/OJD	26 460 000	8 293 000
8	Instagram	25 816 000	6 412 000
9	Microsoft	22 963 000	3 268 000
10	Apple	21 654 000	9 943 000
11	Yahoo - T	20 944 000	6 521 000
12	PagesJaunes - T	20 473 000	1 827 000
13	Windows Live	19 526 000	3 106 000
14	Dailymotion - T	19 474 000	1 819 000
15	Le Figaro - T ACPM/OJD	19 397 000	2 232 000
16	Cdiscount	18 946 000	1 896 000
17	franceinfo - T ACPM/OJD	18 818 000	2 125 000
18	L Equipe - T ACPM/OJD	17 402 000	3 137 000
19	Le Monde - T ACPM/OJD	17 245 000	1 976 000
20	Twitter	17 185 000	3 364 000
21	Le Parisien - T ACPM/OJD	16 322 000	1 911 000
22	Tele Loisirs - T ACPM/OJD	16 287 000	2 638 000
23	SFR	16 166 000	3 586 000
24	WhatsApp	16 074 000	5 282 000
25	20minutes.fr - T ACPM/OJD	15 945 000	2 020 000
26	LinkedIn	15 894 000	2 216 000
27	Samsung	15 633 000	3 826 000
28	BFM TV - T ACPM/OJD	15 395 000	1 883 000
29	Snapchat	15 213 000	7 832 000
30	Pinterest	15 169 000	2 219 000
31	impots.gouv.fr	15 106 000	1 100 000
32	Linternaute.com - T	14 442 000	838 000
33	Free	14 166 000	1 978 000
34	Ouest France - T ACPM/OJD	14 120 000	1 542 000
35	LA POSTE	14 039 000	1 762 000
36	Outlook (Outlook.com)	13 981 000	4 381 000
37	AlloCine - T	13 852 000	1 064 000
38	vente-privee	13 714 000	3 052 000
39	MSN - T	13 640 000	3 077 000
40	Fnac	13 421 000	893 000
41	Marmiton - T	13 222 000	924 000
42	MYTF1 - T	13 177 000	1 008 000
43	Meteo France - T	12 809 000	1 996 000
44	Credit Agricole	12 307 000	2 473 000
45	Assurance Maladie	12 014 000	1 067 000
46	Bing	11 907 000	1 592 000
47	Booking.com	11 654 000	1 032 000
48	eBay	11 607 000	1 340 000
49	OUI.sncf	11 585 000	1 068 000
50	Service-Public.fr	11 447 000	625 000

Source : Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings – Audience Internet Global - Tous lieux de connexion – France – avril 2018 – Base : 2 ans et plus –
Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Répartition écrans du Top 50 des Marques les plus visitées en France

Rang	Marques	Visiteurs uniques par mois	% des VU ayant utilisé l'Ordinateur	% des Vu ayant utilisé le Mobile	% des VU ayant utilisé la Tablette
1	Google	50 628 000	75,1	77,7	43,1
2	Facebook	45 922 000	54,9	79,3	40,9
3	YouTube	44 883 000	51,6	72,9	36,7
4	Wikipedia	29 541 000	46,4	65,1	19,1
5	Leboncoin.fr - T	28 056 000	49,3	58,2	25,5
6	Amazon	27 736 000	58,0	53,8	20,7
7	Orange - T ACPM/OJD	26 460 000	54,7	60,6	12,3
8	Instagram	25 816 000	15,3	84,6	16,4
9	Microsoft	22 963 000	89,7	14,8	5,7
10	Apple	21 654 000	30,1	57,8	47,7
11	Yahoo - T	20 944 000	43,2	60,1	16,9
12	PagesJaunes - T	20 473 000	50,8	52,0	17,2
13	Windows Live	19 526 000	67,5	30,7	21,5
14	Dailymotion - T	19 474 000	24,3	64,6	30,8
15	Le Figaro - T ACPM/OJD	19 397 000	42,6	60,4	16,3
16	Cdiscount	18 946 000	50,1	52,1	19,4
17	franceinfo - T ACPM/OJD	18 818 000	29,4	67,6	21,1
18	L Equipe - T ACPM/OJD	17 402 000	24,8	65,6	27,8
19	Le Monde - T ACPM/OJD	17 245 000	35,6	62,7	18,0
20	Twitter	17 185 000	33,3	60,7	24,3
21	Le Parisien - T ACPM/OJD	16 322 000	37,5	62,8	15,3
22	Tele Loisirs - T ACPM/OJD	16 287 000	32,6	61,2	19,4
23	SFR	16 166 000	43,3	54,8	20,0
24	WhatsApp	16 074 000	2,9	97,6	1,2
25	20minutes.fr - T ACPM/OJD	15 945 000	30,9	67,6	16,0
26	LinkedIn	15 894 000	37,9	60,3	19,6
27	Samsung	15 633 000	9,3	62,9	43,6
28	BFM TV - T ACPM/OJD	15 395 000	32,0	67,8	14,9
29	Snapchat	15 213 000	0,9	99,0	0,9
30	Pinterest	15 169 000	38,8	53,4	20,7
31	impots.gouv.fr	15 106 000	80,5	19,5	9,3
32	Linternaute.com - T	14 442 000	46,2	48,6	18,7
33	Free	14 166 000	71,0	31,5	9,9
34	Ouest France - T ACPM/OJD	14 120 000	33,1	65,1	16,0
35	LA POSTE	14 039 000	60,9	37,2	14,8
36	Outlook (Outlook.com)	13 981 000	61,0	48,1	8,6
37	AlloCine - T	13 852 000	41,3	56,4	14,7
38	vente-privee	13 714 000	35,3	58,3	24,1
39	MSN - T	13 640 000	95,4	6,2	0,8
40	Fnac	13 421 000	46,4	51,5	15,8
41	Marmiton - T	13 222 000	36,3	50,6	26,4
42	MYTF1 - T	13 177 000	33,9	57,1	21,3
43	Meteo France - T	12 809 000	48,0	50,4	13,6
44	Credit Agricole	12 307 000	61,8	36,5	14,1
45	Assurance Maladie	12 014 000	62,0	39,3	12,0
46	Bing	11 907 000	93,3	6,9	2,0
47	Booking.com	11 654 000	37,3	53,5	26,5
48	eBay	11 607 000	51,5	45,1	16,1
49	OUI.sncf	11 585 000	37,6	59,2	19,3
50	Service-Public.fr	11 447 000	59,5	39,6	11,8

Source : Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings – Audience Internet Global - Tous lieux de connexion – France – avril 2018 – Base : 2 ans et plus –
Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

La mesure de l'Audience Internet Global

Méthodologie, Définitions et Indicateurs

La mesure d'Audience Internet Global repose sur **un panel unique de plus de 30 000 individus de 2 ans et plus**, dont plus de 4 000 internautes équipés de deux ou trois écrans (ordinateur et/ou téléphone mobile et/ou tablette), qui permet de mesurer 'nativement' l'audience globale de plus de 5 000 marques et 600 applications. La mesure bénéficie des méthodologies innovantes d'hybridation mariant panels et big data mises au point par Médiamétrie. De cette mesure globale découlent les résultats d'audience sur chacun des écrans : ordinateur, téléphone mobile et tablette. La mesure prend en compte le surf des internautes quel que soit le lieu, le mode de connexion (3G/4G/Wifi) ou le protocole (http/https) pour l'ensemble des sites et applications.

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Une Brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent. Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des Brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une Brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

*Les marques participant à la mesure par l'implémentation d'un Tag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiées «**T**» ; celles dont le périmètre est intégralement taggué et certifié par l'ACPM (Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias) sont notifiées «**T ACPM/OJD**».*

Visiteurs uniques par mois : Nombre total d'internautes ayant visité un groupe ou une marque au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les internautes ayant visité le même groupe (ou la même marque) plusieurs fois ne sont comptés qu'une fois.

Visiteurs uniques moyens par jour : Nombre moyen d'internautes ayant visité un groupe ou une marque au moins une fois au cours d'une journée pour le mois concerné. Les internautes ayant visité le même site plusieurs fois dans la journée ne sont comptés qu'une fois.

A propos de Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile, la Tablette et le Cross-Médias. En 2017, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 93 M€.

Mediametrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Mediametrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

www.mediametrie.fr
Twitter : @Mediametrie
Facebook : Médiamétrie

Contacts Presse :

Isabelle Lellouche Filliau
Tél : 01 47 58 97 26
ilellouche-filliau@mediametrie.fr

Benoît David
Tél : 01 71 09 93 18
bdavid@mediametrie.fr